

Pemahaman Nilai-Nilai Etika Konsumsi Islam terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Indonesia

Basuki Achmad

Hukum Ekonomi Syariah, Sekolah Tinggi Ilmu Fiqih Syeikh Nawawi Tanara Banten, Indonesia

Email: Basuki.achmad@stifsyentra.ac.id

Abstrak

Konsumsi merupakan kegiatan ekonomi yang sangat penting karena seluruh masyarakat selalu terlibat di dalamnya. Teori ekonomi menyatakan bahwa manusia adalah makhluk ekonomi, selalu berusaha memaksimalkan kesejahteraannya, dan selalu bertindak rasional. Konsumen berusaha untuk memaksimalkan kepuasan karena sarana ekonomi mereka mengizinkan. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif sosial ekonomi. Metode penulisan menggunakan analisis deskriptif dan sumber penulisan menggunakan sumber data primer dari buku, jurnal, dan literatur lain yang relevan dengan penulisan karya ilmiah ini. perilaku konsumen harus mampu menjawab aspek-aspek yang dikategorikan sebagai kebutuhan primer, kemudian kebutuhan sekunder dan tersier dalam memenuhi kebutuhan konsumen, aspek kebutuhan dan non-keinginan diprioritaskan untuk membatasi kebutuhan dan keinginan manusia yang selalu tidak terbatas. dari sudut pandang Islam, perilaku konsumsi ditentukan oleh kenyataan bahwa masyarakat awam, khususnya umat Islam, harus selalu menjaga unsur halal dan “tayiban” sebagai tanda konsumsi makanan, sehingga ketika mereka menggunakan pendapatannya untuk memenuhi kebutuhan pokoknya. Selanjutnya, perilaku konsumsi dalam ekonomi Islam bertujuan untuk mencapai aspek material dan spiritual dari konsumsi, baik yang didefinisikan sebagai nilai guna total (total utility) dan nilai guna marjinal (marginal utility) dalam konsumsi yang dicapai dengan keseimbangan semua Muslim berusaha untuk memaksimalkan nilai utilitas dari semua barang yang dikonsumsi, sehingga menjadi lebih baik dan lebih optimis dalam kehidupan.

Kata Kunci: *Nilai-nilai Etika, Perilaku konsumtif, masyarakat.*

Abstract

Consumption is a very important economic activity because the whole community is always involved in it. Economic theory states that humans are economic creatures, always trying to maximize their welfare, and always act rationally. Consumers seek to maximize satisfaction as their economic means permit. This research is a socio-economic qualitative research. The writing method uses descriptive analysis and the source of writing uses primary data sources from books, journals, and other literature relevant to the writing of this scientific paper. Consumer behavior must be able to answer aspects that are categorized as primary needs, then secondary and tertiary needs in meeting consumer needs, aspects of needs and non-wants are prioritized to limit unlimited human needs and desires. From an Islamic point of view, consumption behavior is determined by the fact that ordinary people, especially Muslims, must always maintain the elements of halal and “tayiban” as a sign of food consumption, so that when they use their income to meet their basic needs. Furthermore, consumption behavior in Islamic economics aims to achieve the material and spiritual aspects of consumption, both defined as total utility and marginal utility in consumption which is achieved with a balance all Muslims seek to maximize the utility value of all goods are consumed, so that it becomes better and more optimistic in

life.

Keywords: *Ethical values, consumptive behavior, society.*

PENDAHULUAN

Konsumsi merupakan kegiatan ekonomi yang sangat penting karena seluruh masyarakat selalu terlibat dalam kegiatan konsumsi. Teori ekonomi menyatakan bahwa manusia adalah makhluk ekonomi, selalu berusaha memaksimalkan kesejahteraannya, dan selalu bertindak rasional. Para konsumen akan berusaha memaksimalkan kepuasannya selama kemampuan finansialnya memungkinkan (Ilyas, 2016). Mereka memiliki pengetahuan tentang alternatif produk yang dapat memuaskan kebutuhan mereka. Kepuasan menjadi hal yang sangat penting dan seakan menjadi hal utama untuk dipenuhi (Wigati, 2011).

Pemanfaatan (konsumsi) merupakan bagian akhir dan sangat penting dalam pengelolaan kekayaan, dengan kata lain, pemanfaatan adalah akhir dari keseluruhan proses produksi. Kekayaan diproduksi hanya untuk dikonsumsi, kekayaan yang dihasilkan hari ini akan digunakan esok hari. Oleh karena itu konsumsi (pemanfaatan) berperan sebagai bagian yang sangat penting bagi kehidupan ekonomi seseorang maupun negara (Rahman, 1995). Konsumsi merupakan salah satu bentuk perilaku ekonomi dasar dalam kehidupan manusia. Semua makhluk hidup pasti melakukan aktivitas konsumsi, termasuk manusia. Pengertian konsumsi dalam ilmu ekonomi tidak sama dengan istilah konsumsi dalam kehidupan sehari-hari yang diartikan dengan perilaku makan dan minum. Dalam ilmu ekonomi, konsumsi adalah setiap perilaku seseorang untuk menggunakan dan memanfaatkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Jadi, perilaku konsumsi tidak hanya menyangkut perilaku makan dan minum saja, tetapi juga perilaku ekonomi lainnya seperti membeli dan memakai baju, membeli dan memakai kendaraan, membeli dan memakai sepatu dan sebagainya (Yuliadi, 2001).

Kegiatan ini mencakup seluruh perilaku konsumen yang berkaitan dengan kegiatan pertukaran, baik yang bersifat pertukaran nilai produk atau pelayanan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Zaroni; Pramesti & Ihwanudin, 2021). Indonesia sebagai negara dengan penduduk mayoritas muslim, tentunya menjadi potensi pasar tersendiri bagi masuknya produk-produk halal dari berbagai negara yang notabene mempunyai tempat tersendiri di kalangan konsumen muslim sebagai subyek yang semestinya memperhatikan unsur ke-halal-an dan ke-tayyiban-an dalam konsumsi, hal ini banyak dikuatkan dengan *nash-nash* dari Al-Qur'an dan hadis sebagai pedoman hidup bagi setiap muslim di dunia. Tujuan utama konsumsi seorang muslim adalah sebagai sarana penolong untuk beribadah kepada Allah. Sesungguhnya mengonsumsi sesuatu dengan niat untuk meningkatkan stamina dalam ketaatan pengabdian kepada Allah akan menjadikan konsumsi itu bernilai ibadah yang dengannya manusia mendapatkan pahala.

Perilaku konsumen, dalam paradigma ekonomi konvensional berlandaskan pada prinsip-prinsip dasar *economic rationalism* dan *utilitarianism* yang keduanya lebih mengutamakan terkait kepentingan individu (*self interest*) dengan mengorbankan pihak lain. Konsumen akan memilih mengonsumsi barang A atau B tergantung daripada tingkat kepuasan yang diberikan oleh barang tersebut. Ia akan memilih barang A jika tingkat kepuasan yang diberikan lebih tinggi dibandingkan B, demikian juga sebaliknya. Selanjutnya setiap konsumen tentunya akan berusaha memaksimalkan konsumsinya dengan melihat kemampuan anggaran yang dimiliki (*budget constrain*). Hal tersebut jelas bebas nilai dan akan berimplikasi kepada kebebasan dalam perilaku konsumsi selama barang dan jasa tersebut dapat memberikan kepuasan (*utility*) kepada konsumen. Maka mengonsumsi *khamr*, babi, keuntungan judi, spekulasi dan lain sebagainya yang dilarang tidak menjadi masalah dalam ekonomi konvensional. Tidak adanya nilai-nilai moral yang mengatur masalah konsumsi dalam pandangan ekonomi konvensional ini, menyebabkan banyak terjadi perilaku menyimpang yang menyebabkan

kehancuran bagi *ad-din*, jiwa, akal, harta bahkan keturunan (*ad-dharuriyat al-khamsah*) yang seharusnya dijaga betul dan Islam sangat konsen membentengi dan menjaga hal-hal tersebut. Pada akhirnya perilaku konsumsi tersebut mengabaikan keharmonisan dan keseimbangan sosial (Habibullah,). Kajian Islam tentang konsumsi berfungsi untuk berhati-hati dalam menggunakan kekayaan atau berbelanja. Habibullah dalam Pramesti dan Ihwanudin (2021) menjeaskan, suatu negara mungkin memiliki kekayaan melimpah, tetapi apabila kekayaan tersebut tidak diatur pemanfaatannya dengan baik dan terukur *masalahnya*, maka kesejahteraan (*welfare*) akan mengalami kegagalan, untuk itu diperlukan pemahaman melalui kajian etika konsumsi dalam perspektif Islam.

Dalam kajian ini bertujuan untuk mengetahui pengimplementasian nilai-nilai etika keislaman dalam hal konsumerisme yang terjadi pada masyarakat Indonesia. Secara umum realitas yang ada di tengah-tengah masyarakat terkait perilaku konsumen konvensional dan solusi yang ditawarkan oleh Islam dan perlu dikaji tentang bagaimana etika konsumsi dalam Islam dalam mencapai *kemaslahatan* sesuai dengan pandangan Islam.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif sosial ekonomi. Metode penulisan menggunakan analisis deskriptif dan sumber penulisan menggunakan sumber data primer dari buku, jurnal, dan literatur lain yang relevan dengan penulisan karya ilmiah ini. Makalah ini membahas etika konsumen dalam mencapai farah, mengikuti prinsip-prinsip yang direkomendasikan oleh hukum Islam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perilaku Konsumsi

Perilaku konsumsi yang dikenal dalam istilah bahasa Inggris *consumtion behavior* makin penting keberadaannya setelah ekonom Inggris John Mynar Lord Kynes (1883-1946) memperkenalkan teorinya yang dikenal dengan istilah *Law of Consumtion* (Hukum Konsumsi) yang belakangan mengilhami para penulis ilmu ekonomi mempopulerkan istilah perilaku konsumen dalam tulisan mereka (Bahri, 2014). Perilaku konsumsi sejatinya teori yang dikembangkan dari muara pemahaman akan rasionalisme ekonomi dan utilitarianisme kapitalis (Mufraini, 2006). Rasionalisme ekonomi menafsirkan perilaku manusia sebagai sesuatu yang dilandasi dengan perhitungan cermat akan arah pandangan kedepan dan persiapan akan keberhasilan ekonomi (materil), sedangkan utilitarianisme ditafsirkan sebagai sesuatu yang berlandaskan pada nilai dan sikap moral. Sedangkan menurut Engel perilaku konsumsi adalah tindakan yang terlibat langsung dalam mendapatkan, mengonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan itu. Dan menurut Loudon dan Bitta, perilaku konsumsi adalah suatu proses pengambilan keputusan yang mensyaratkan perilaku individu untuk mengevaluasi, memperoleh, menggunakan dan mengatur barang dan jasa. Adapun menurut Kotler dan Amstrong, perilaku konsumsi adalah perilaku individu ataupun rumah tangga dalam bentuk pembelian barang dan jasa untuk konsumsi personal.

Dari beberapa pengertian tersebut dapat dirangkum menjadi komponen-komponen seperti berikut: 1. Perilaku konsumsi menyoroti perilaku individu dan rumah tangga, 2. Perilaku konsumsi menyangkut suatu proses keputusan sebelum pembelian serta tindakan dalam memperoleh, memakai dan menghabiskan suatu produk; dan 3. Perilaku konsumsi meliputi perilaku yang dapat diamati seperti jumlah yang dibeli, kapan, dengan siapa dan oleh siapa serta bagaimana barang yang sudah dikonsumsi. Dengan demikian perilaku konsumsi merupakan perilaku keseharian setiap individu atau rumah tangga dalam menggunakan barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan diri atau keluarga. Hal

ini dapat berbentuk penggunaan satu jenis barang dan jasa untuk memenuhi khusus kebutuhan lahiriah dan dapat bersifat memenuhi khusus kebutuhan batiniah dan dapat pula bersifat memenuhi kebutuhan sekaligus, baik lahiriah maupun batiniah. Perilaku konsumsi dapat berbentuk penggunaan berbagai jenis barang dan jasa seperti sandang, pangan, ala komunikasi dan lain-lain yang bermuara pada pemenuhan kebutuhan hidup sebagai makhluk biologis (Bahri, 2014). Perilaku konsumsi dalam waktu yang lama lebih dikenal dalam dua macam yaitu perilaku konsumsi rumah tangga individu dan perilaku konsumsi rumah tangga perusahaan. Dikenalnya dua macam perilaku konsumsi tersebut karena keduanya merupakan subyek permintaan. Akan tetapi menurut Sulisty, perilaku konsumsi rumah tangga individu menjadi lebih tepat disebut perilaku konsumsi saja dan perilaku konsumsi rumah tangga perusahaan disebut investasi (Sulisty, 1986). Hal itu terjadi sebab pada kenyataannya, isi permintaan yang datang dari rumah tangga individu adalah permintaan akan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup; dengan kata lain, barang dan jasa yang diminta oleh satu individu atau sebuah rumah tangga dimaksudkan untuk dikonsumsi. Sedangkan permintaan yang datang dari rumah tangga perusahaan pada umumnya ditujukan untuk membeli barang dan jasa modal yang diperlukan dalam proses produksi, karenanya permintaan akan barang dan jasa modal adalah bersifat investasi (Bahri, 2014).

Prinsip Konsumsi dalam Islam

Ada beberapa prinsip dalam berkonsumsi bagi seorang muslim yang membedakannya dengan perilaku konsumsi nonmuslim (konvensional). Prinsip tersebut didasarkan pada ayat-ayat Al-Qur'an dan Hadist Nabi Muhammad SAW. Dijelaskan oleh Ilyas (2016), prinsip-prinsip tersebut antara lain adalah: prinsip syariah, prinsip kuantitas, prinsip prioritas, serta prinsip moralitas. Lebih jelas adalah sebagai berikut:

1. Prinsip Syariah

a. Memperhatikan Tujuan Konsumsi

Perilaku konsumsi muslim dari segi tujuan tidak hanya mencapai kegunaan dari konsumsi barang, melainkan fungsi "ibadah" dalam rangka mendapat ridha Allah SWT. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam surah Al-An'am ayat 162, yang artinya:

"Katakanlah: Sesungguhnya sembahyangku, ibadahku, hidup dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan semesta alam".

b. Memperhatikan Kaidah Ilmiah

Dalam berkonsumsi, seorang muslim harus memperhatikan prinsip kebersihan. Prinsip kebersihan mengandung arti barang yang dikonsumsi harus bebas dari kotoran maupun penyakit. Demikian juga harus menyehatkan dan memiliki manfaat dan tidak mempunyai kemudharatan Hal ini sesuai dengan firman Allah swt dalam surah al-Baqarah ayat 172, yang artinya:

"Hai orang-orang yang beriman, makanlah diantara rizki yang baik-baik yang Kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar kepada-Nya kamu menyembah."

Istimba hukum yang dapat diperoleh dari ayat tersebut yaitu:

- 1) Mengonsumsi barang atau jasa yang baik-baik, wajib hukumnya bagi para rasul dan orang-orang beriman.
- 2) Mengonsumsi barang atau jasa yang halal, bagi orang-orang beriman apalagi para rasul, merupakan hal yang sejatinya terjadi dengan sendirinya, sehingga tidak perlu lagi untuk diingatkan kembali secara tersurat.
- 3) Mengonsumsi barang atau jasa yang baik-baik, merupakan bagian tidak terpisahkan dari rasa mensyukuri terhadap nikmat Allah yang hukumnya wajib disyukuri.

4) Terdapat korelasi yang erat dan kuat antara barang atau jasa yang baikbaik disatu pihak, dengan tingkat kesyukuran di pihak yang lain.

c. Memperhatikan Bentuk Konsumsi

Fungsi konsumsi muslim berbeda dengan prinsip konvensional yang bertujuan kepuasan maksimum (*maximum utility*), terlepas ada keridhaan Allah atau tidak, karena pada hakikatnya teori konvensional tidak mengenal tuhan. Dari segi bentuk konsumsi, seorang muslim harus memperhatikan apapun yang dikonsumsi. Hal ini tentu berhubungan dengan adanya batasan-batasan orang muslim dalam mengonsumsi suatu barang dan jasa. Seorang muslim misalnya dilarang mengonsumsi daging babi, bangkai, darah, minuman yang keras dan lain sebagainya. Hal ini sesuai dengan firman Allah swt dalam surah al-Baqarah ayat 173, yang artinya:

"Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah. tetapi Barangsiapa dalam Keadaan terpaksa (memakannya) sedang Dia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, Maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang".

2. Prinsip Kuantitas

Barang yang dikonsumsi tidak cukup halal, jumlahnya juga harus dalam batas-batas syariah dengan mempertimbangkan beberapa faktor ekonomi dalam menentukan jumlah tersebut, sebagai berikut:

a. Sederhana

Sesungguhnya kuantitas konsumsi yang terpuji dalam kondisi yang wajar adalah sederhana. Maksudnya tengah-tengah antara boros dan pelit. Dimana kesederhanaan ini merupakan salah satu sifat hamba Allah yang maha pengasih, sebagaimana disebutkan dalam surah al-Furqan ayat 67, yang artinya:

"Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian".

b. Keseuaian Antara Konsumsi dan Pemasukan

Keseuaian antara pemasukan dan konsumsi adalah hal yang sesuai dengan fitrah manusia dan realita. Karena itu salah satu aksioma ekonomi adalah, bahwa pemasukan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen individu. Dimana permintaan menjadi bertambah jika pemasukan bertambah, dan permintaan menjadi berkurang jika pemasukan menurun, disertai tetapnya faktor-faktor yang lain.

Keseuaian antara konsumsi dan pemasukan tersebut memiliki dalil-dalil yang jelas dalam perekonomian islam, diantaranya firman Allah dalam surah *athThalaq* ayat 7, yang artinya:

"hendaklah orang yang mampu memberi nafkah menurut kemampuannya. dan orang yang disempitkan rezekinya hendaklah memberi nafkah dari harta yang diberikan Allah kepadanya. Allah tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekedar apa yang Allah berikan kepadanya. Allah kelak akan memberikan kelapangan sesudah kesempitan".

c. Penyimpanan dan pengembangan

Menyimpan (menabung) merupakan suatu keharusan untuk merealisasikan pengembangan (investasi). Sebab salah satu hal yang telah dimaklumi, bahwa hubungan antara penyimpanan dan konsumsi adalah kebalikan. Setiap salah satu dari keduanya bertambah, maka berkuranglah yang lain. Karena itu memperluas konsumsi akan berdampak pada penurunan

penyimpanan, sehingga berkuranglah modal investasi dengan tingkat penurunan simpanan. Dan demikian ini adalah yang menghambat upaya investasi. Karena itu sistem ekonomi seluruhnya berupaya membatasi onsumsi sebagai cara permodalan investasi dan pembentukan modal.

3. Prinsip Prioritas

Jenis barang konsumsi dapat dibedakan dalam tiga tingkatan:

- a. Primer, maksudnya sesuatu yang harus terpenuhi untuk menegakkan kemaslahatan-kemaslahatan agama dan dunia, yang tanpa dengan nya kondisi tidak akan stabil, dan seseorang tidak akan aman dari kebinasaan.
- b. Sekunder, yaitu sesuatu yang menjadi tuntutan kebutuhan, yang tanpa dengannya akan terjadi kesempitan, namun tidak sampai pada tingkatan primer.
- c. Tertier, yaitu sesuatu yang tidak sampai pada tingkatan kebutuhan primer dan bukan pula kebutuhan sekunder, namun hanya sebatas pelengkap dan hiasan.

4. Prinsip Moralitas

Yang dimaksud dengan prinsip ini adalah mengetahui faktor-faktor sosial yang berpengaruh dalam kuantitas dan kualitas konsumsi, dimana yang terpenting diantaranya dapat disebutkan sebagai berikut:

- a. Umat, sesungguhnya saling keterkaitan dan saling sepenanggungan merupakan salah satu ciri dasar umat islam, baik individu maupun kelompok. Salah satu konsekwensi keimanan tersebut adalah bahwa konsumen muslim memperhatikan kondisi umatnya, sehingga dia tidak memperluas kualitas dan kuantitas konsumsi pribadinya, sementara kaum muslimin terutama tetangganya tidak mendapatkan kebutuhan-kebutuhan primer mereka.
- b. Keteladanan, Umar *Radiyallahu Anhu*, selalu melakukan pengawasan perilaku konsumsi terhadap para individu yang menjadi panutan umat agar tidak menyelewengkan pola konsumsi mereka, sehingga terjadi penyelewengan dalam umat karena mengikuti mereka. Dan beliau melarang orang-orang yang menjadi teladan tersebut terhadap apa yang tidak beliau larang terhadap selain mereka.
- c. Tidak membahayakan orang lain, setiap muslim wajib menjauhi perilaku konsumtif yang mendatangkan mudharat terhadap orang lain, baik secara langsung maupun tidak, terlebih jika bermudharat bagi orang banyak.

Islam tidak membatasi usaha seseorang untuk kemajuan materi tertentu sebagai persyaratan penting untuk evolusi pola sosial diharapkan. Dia mendesak orang untuk melakukan segala upaya. membentuk masyarakat yang menjamin ketentuan tersebut untuk semua secara individual dalam semua situasi. Kaum muslim harus memiliki jiwa sosial dan tidak boleh mengorbankan kesejahteraan masyarakat untuk keuntungan pribadi. Dengan kata lain, orang yang sadar akan biaya sosial (social cost) yang menyertai usahanya. Dia mempertimbangkan dampak moral, sosial, politik dan ekonomi dari pola individunya pada individu lain dan masyarakat secara keseluruhan.

Etika Konsumsi dalam Islam

Agama Islam adalah sebuah agama yang saat ini memiliki perkembangan pesat dari sisi jumlah pengikutnya. Bagaimana tidak, ilmu pengetahuan dan science sudah banyak membuktikan kebenaran-kebenaran dalam kita suci AL Quran. Selain itu, Agama Islam adalah agama yang saat ini dianggap “Paling Logis” dan tidak berlebihan dalam ajaran-ajarannya. Manusia diperbolehkan menikmati segala yang ada di dunia selama sifatnya halal, takarannya sesuai dan bertujuan untuk mencari ridha Allah. Dalam mengkonsumsi dan menikmati apapun yang ada di dunia ini, Agama Islam memiliki sebuah Etika tersendiri yang harus dipatuhi oleh umatnya. Aturan-aturan tersebut bukanlah bertujuan untuk

mengekan "kebebasan" manusia, justru Allah SWT lebih mengetahui apa-apa saja yang baik untuk manusia sebagai ciptaannya. Adapun Etika Islam dalam konsumsi yang dijelaskan dalam artikel Mas'um University yang berjudul "Etika Konsumsi dalam Perspektif Agama Islam" adalah sebagai berikut:

1. Tauhid (unity/ kesatuan).

Dalam perspektif Islam, kegiatan konsumsi dilakukan dalam rangka beribadah kepada Allah SWT sehingga senantiasa berada dalam hukum- hukum Allah. Karena itu seorang mukmin berusaha mencari kenikmatan dengan menaati perintah- perintahNya dan memuaskan dirinya sendiri dengan barang- barang dan anugrah yang dicipta (Allah) untuk umat manusia.

2. Adil (equilibrium/keadilan).

Pemanfaatan atas karunia Allah tersebut harus dilakukan secara adil sesuai syariah, sehingga disamping mendapatkan keuntungan material, ia juga sekaligus merasakan kepuasan spiritual.

3. Free Will (kehendak bebas).

Alam semesta adalah milik Allah yang memiliki kemahakuasaan (kedaulatan) sepenuhnya dan kesempurnaan atas makhluk- makhluk-Nya. Manusia diberi kekuasaan untuk mengambil keuntungan dan manfaat sebanyak- banyaknya sesuai dengan kemampuannya atas barang – barang ciptaan Allah.

4. Amanah (responsibility atau pertanggungjawaban).

Dalam melakukan konsumsi, manusia dapat berkehendak bebas, tetapi akan mempertanggung jawabkan atas kebebasan tersebut, baik terhadap keseimbangan alam, masyarakat, diri sendiri, maupun diakhirat kelak.

5. Halal.

Dalam kerangka acuan Islam. barang- barang yang dapat dikonsumsi hanyalah barang- barang yang menunjukkan nilai kebaikan, kesucian, keindahan serta akan menimbulkan kemaslahatan untuk umat, baik secara material maupun spritual. Sebaliknya benda- benda yang buruk tidak suci (najis), tidak bernilai, tidak dapat digunakan dan juga tidak dapat dianggap sebagai barang- barang konsumsi dalam Islam serta dapat menimbulkan kemudharatan apabila dikonsumsi akan dilarang.

6. Sederhana.

Islam sangat melarang perbuatan yang melampaui batas (israf) termasuk pemborosan dan berlebih-lebihan yaitu membuang- buang harta dan menghambur- hamburkannya tanpa faedah serta manfaat dan hanya memperturutkan nafsu semata.

SIMPULAN

Dari uraian pembahasan di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa. Pertama, perilaku konsumen harus mampu menjawab aspek-aspek yang dikategorikan sebagai kebutuhan primer (*dharuriyat*), kemudian kebutuhan sekunder (*hajjiyat*) dan tersier (*tahsiniyat*) *maqashid asysyari`ah*, dalam memenuhi kebutuhan konsumen, aspek kebutuhan dan non-keinginan diprioritaskan untuk membatasi kebutuhan dan keinginan manusia yang selalu tidak terbatas. Kemudian, dari sudut pandang Islam, perilaku konsumsi ditentukan oleh kenyataan bahwa masyarakat awam, khususnya umat Islam, harus selalu menjaga unsur halal dan "tayiban" sebagai tanda konsumsi makanan, sehingga ketika mereka menggunakan pendapatannya untuk memenuhi kebutuhan pokoknya. Tindakan Israf dan Tabziel harus dihindari. Konsumsi sebagai langkah untuk menjaga kesehatan fisik dan mental. Selanjutnya, perilaku konsumsi dalam ekonomi Islam bertujuan untuk mencapai aspek material dan spiritual dari konsumsi, baik yang didefinisikan sebagai nilai guna total (total utility) dan

nilai guna marjinal (marginal utility) dalam konsumsi yang dicapai dengan keseimbangan semua Muslim berusaha untuk memaksimalkan nilai utilitas dari semua barang yang dikonsumsi, sehingga menjadi lebih baik dan lebih optimis dalam hidup dan kehidupan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bahri, A.S. (2014). Etika Konsumsi dalam Perspektif Islam. *Jurnal Studia Islamika*. 11(2): 347-370.
- Wigati, S. (2011) Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Maliyah*. 01 (01).
- Ilyas, R. (2016). Etika Konsumsi dan Kesejahteraan dalam Perspektif Ekonomi Islam. *At-Tawassuth*. 1 (1): 152-172
- Etika Konsumtif dalam Perspektif Agama Islam. <https://masoemiversity.ac.id/berita/etika-konsumsi-dalam-perspektif-agama-islam.php> diakses pada tanggal 27 Agustus 2022 jam 16.25 WIT.
- Mufraini, M.A. (2006). *Akuntansi dan Manajemen Zakat Mengomunikasikan Kesadaran dan Membangun Jaringan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sulistiyo, H. (1986). *Pengantar Ekonomi Makro*. Jakarta: Karunika Universitas terbuka.
- Rahman, A. (2005). *Doktrin Ekonomi Islam, Jilid 2*, Yogyakarta: PT Dana Bahkti Wakaf.
- Yuliadi, I. (2001). *Ekonomi Islam; Sebuah Pengantar*, Yogyakarta: Lembaga Pengkajian dan Pengamalan Islam (LPPI).
- Pramesti, A.P. & Ihwanudi, N. (2021). Etika Konsumsi dalam Mencapai Falah. *Journal of Islamic Review*. 1(2): 13-28.